

Uebermittlungsdienste zugunsten Dritter : Anregungen zur Steigerung unseres Angebotes

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Pionier : Zeitschrift für die Übermittlungstruppen**

Band (Jahr): **48 (1975)**

Heft 12

PDF erstellt am: **19.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-564125>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Uebermittlungsdienste zugunsten Dritter: Anregungen zur Steigerung unseres Angebotes

Zielsetzung unserer Bemühungen sind das Schaffen, Festigen und Erweitern von gewinnbringenden Dauerbeziehungen zwischen den EVU-Sektionen und dem Angebotsmarkt. Neben der fachlichen Beratung über die Uebermittlungsprobleme bei Veranstaltungen figurieren:

- Das einzusetzende Gerät (Idee oder Dienstleistung);
- zusätzliche Kundendienstleistungen vor, während und nach dem Einsatz;
- die Gerätesortiments-Gestaltung;
- die Preisstellung als Wahl eines bestimmten Niveaus.
- Auftragsförderung durch Werbung und Fachberatung.

Im Angebots- oder Beratungsgespräch widerspiegelt sich die ganze Bemerkungspolitik der Sektion und die Aufgaben des jeweiligen Sektionsvertreters können wir wie folgt definieren:

- eine Bedienungsaufgabe, indem er den existierenden Bedarf suchen muss und spontan anstehende Aufträge weiterleitet;
- eine Anleitungsaufgabe, weil der Interessent oft ungenügend von unserer Angebotsmöglichkeit weiss und deswegen Auskunft braucht, um seinen Auftrag präzisieren zu können;
- die Informationsaufgabe, weil der Sektionsvertreter auch unaufgefordert zu Interessenten gehen muss, um Informationen zu übermitteln
- die Aquisitionsaufgabe im eigentlichen Sinne entsteht dabei ergänzend, indem er den Kunden zum Selbstentdecken und Selbstentwickeln bringt.

Die Möglichkeiten zur Auftragssteigerung liegen auch begründet in potentialgerechtem und verkaufsaktivem Verteilen der kostspieligen Zeit und Gesprächsbherrschaft und Gesprächsorganisation, wodurch er mehr Ueberzeugungskraft ausstrahlt.

Eine wirksame Argumentation geht aus von der Perspektive des Kundenbedürfnisses. Dabei lassen sich im Verkaufskonzert drei abwechselnde Stufen erkennen:

Argument: Appell an die Motivation

Beweis:

Einsatz von Ueberzeugungsmitteln

Konklusion: Schlussfolgerung

Das Argument ist also immer ein Appell an etwas, was sich im Kunden befindet, nicht die Erwähnung von Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten des Angebots.

Relevant beweisen bedeutet: erst die Motivation angesprochen zu haben.

Um aber zum Gespräch zu kommen und während des Gesprächs eine ergiebige Initiative zu behalten, ist ein Appell an mehrere Motivationen notwendig.

- Geltungsbedürfnis
- Jagdtrieb
- Sicherheitsbedürfnis
- Neugierde
- Spieltrieb.

Bei der Arbeitsplanung geht es darum, eine gesteigerte Zahl von direkten und verkaufativen Minuten zu erzielen.

Unser Angebotspotential im EVU konzentriert sich auf eine begrenzte Interessentenzahl. Die Erfassung der Grunddaten für das Gespräch findet oft in unserer eigenen Kartei statt, wobei wir auch von möglichen Interessenten Aktenhefte anlegen durch Lesen der Tageszeitungen (Veranstaltungskalender) und mit Schere und Leimtopf arbeiten! Die Zusammensetzung der Inventur erfordert eine systematische Dokumentation, wobei auch eine Zusammenarbeit mit den übrigen Sektionen notwendig wird, da oft die erforderlichen Referenzen über die Sektionsgrenzen hinausgehen.

Vorschläge zum Vorgehen

Die Kontaktnahme ist der erste Engpass. Falls diese über das Telefon stattfindet, ist die erste und einzige Zielsetzung der Termin, und wir müssen auch auf eine Abwehrreaktion des Kunden vorbereitet sein. Eine richtige Kontaktnahme bringt

Neue Bücher

Robert Feller

Grundlagen und Anwendungen der Radartechnik

108 Seiten, 268 Abb., Preis Fr. 30.—

Der Autor gibt im reich bebilderten Buch eine äusserst anschauliche Einführung in die Grundlagen und Anwendungen der Radartechnik, einem Kind aus dem Zweiten Weltkrieg, das heute erwachsen, auch im zivilen Sektor, auf dem Land, zur See, in der Luft und gar im Weltall ein breit ausgefächertes Tätigkeitsgebiet gefunden hat. Der leicht verständliche Text und die technisch einwandfreie Darstellung öffnen einem breiten Kreis den Zugang zu einem interessanten und weitreichenden Gebiet der angewandten Elektronik.

Dieses Buch wendet sich weniger an den Entwickler als vielmehr an die zweite Gruppe, die Radar in irgend einer Form, zum Beispiel als Komponente eines grösseren Systems verwendet, und auch an den Techniker, der Radarsysteme zu betreiben und zu unterhalten hat. Die eigentliche Gerätetechnik und Dimensionierungsfragen sind nur am Rande erwähnt.

gleich ein Appell an die Motivation, so dass der Kunde sich sofort engagiert.

Die Bedarfslage erfordert eine subtile Fragetechnik, nicht nur um Informationen zu erhalten, sondern auch um unseren Kunden zu entspannen. Sie dienen uns auch zur Ergreifung und Handhabung der eigenen Initiative. Die Suggestivfrage, womit wir eine Frage mit eingebauter Antwort meinen, ist bereits zu Beginn der Erfolgsschlüssel, weil der redliche Partner nur positiv oder negativ je nach unserem Wunsch antworten kann und wir uns von Anfang an zielgerecht darauf einstellen können.

Die Beweisstufe bilden im EVU in erster Linie unsere Referenzen, welche unbedingt in einer Verkaufsmappe mitgeführt werden sollten. Zeitungsausschnitte genügen nicht, sondern persönliche Dankeschreiben, welche die spezifischen Leistungen der einzelnen EVU-Sektionen von höchster Veranstaltungsstelle hervorheben. Da dies für uns der einzige Weg darstellt, müssen wir diese Beweise aktivierend vorführen und gleichzeitig erklären, warum alles so gut funktionierte. Eine analoge Beweisführung ist aus Sektionssicht hier weniger überzeugendsfähig.

Die Kontrollfragen dienen uns dazu, allfälligen Einwänden und Widerständen unseres Gesprächspartners vorzubeugen oder diese im vornherein abzuschwächen. Wenn gegen Ende unseres Gesprächs das Engagement entsteht, finden wir oft kleinere Einwände, die es zu beseitigen

viblu
Schluss folgt

Ein spezielles Kapitel widmet der Autor den militärischen Anwendungen der Radartechnik. «Grundlagen und Anwendungen der Radartechnik» ist ein Sonderdruck aus der Fachzeitschrift «Der Elektroniker».

Fachschriftenverlag Aargauer Tagblatt AG, 5001 Aarau, Bahnhofstrasse 39-43

Friedrich Wiener

Felduniformen Band 1

64 Seiten, Bildband Grossformat, Fr. 15.80

Dr. Wiener legt mit seinem neuen Buch «Felduniformen» umfassendes Material zum Thema Uniformen der UdSSR, Bulgariens, der DDR, Polens, der CSSR, Ungarns, Rumäniens und Jugoslawiens vor. Auf brillanten Farbtafeln zeigt er die vorchriftsmässigen Felduniformen durch nahezu alle Dienstgrade. In Farbe sind alle Dienstgradabzeichen, Funktionsabzeichen und die Hoheitszeichen von Fahrzeugen und Flugzeugen vorgestellt. Im Schwarz-Weiss-Bildteil seines Buches zeigt Wiener Fotos aus dem täglichen Dienst, um die Trageweise der Uniformen und Abzeichen zu verdeutlichen. Weitere Bände über die Felduniformen der neutralen Staaten und Nato-Länder werden folgen.

Verlag Wehr & Wissen, D-53 Bonn-Duisdorf